

0-792939

На правах рукописи



Серебренникова Анна Ивановна

**ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ
СИСТЕМЫ РАСЧЕТНО-КАССОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ
КОРПОРАТИВНЫХ КЛИЕНТОВ**

Специальность 08.00.10 –
Финансы, денежное обращение и кредит

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Екатеринбург – 2008

~~08/01-1175~~
21 ноября 08

Диссертационная работа выполнена
на кафедре ценных бумаг, корпоративных финансов и инвестиций
ГОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет»

Научный руководитель: Решетникова Татьяна Владимировна
кандидат экономических наук, профессор

Научный консультант: Иваницкий Виктор Павлович
доктор экономических наук, профессор

Официальные оппоненты: Просвирина Ирина Игоревна
доктор экономических наук, профессор

Ильиных Ольга Александровна
кандидат экономических наук, доцент

Ведущая организация: Уральский государственный
технический университет – УПИ
имени первого Президента Б. Н. Ельцина

Защита состоится 18 декабря 2008 г. в 13.30 на заседании диссертационного совета Д 212.287.02 при ГОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» по адресу: 620144, г. Екатеринбург, ГСП-985, ул. 8 Марта/Народной воли, 62/45, зал заседаний ученого совета (ауд. 150).

Отзывы на автореферат в двух экземплярах, заверенные гербовой печатью, просим направлять по адресу: 620144, г. Екатеринбург, ГСП-985, ул. 8 Марта/Народной воли, 62/45, ГОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет», ученому секретарю диссертационного совета Д 212.287.02.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке ГОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет». С авторефератом диссертации можно ознакомиться на сайте ГОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет»: <http://www.usue.ru>.

Автореферат разослан 18 ноября 2008 г.

НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА КГУ



0000712646

Ученый секретарь
диссертационного совета,
доктор экономических наук, профессор

О. Б. Веретенникова

Общая характеристика работы

Актуальность темы исследования. Задачи повышения эффективности проводимых преобразований экономики России, связанные с оживлением производственно-финансовой активности субъектов хозяйствования, делают особенно актуальной проблему деятельности банковских структур, эффективное функционирование которых можно рассматривать как одно из условий удовлетворения общественных социально-экономических потребностей.

Развитие банковской системы не может происходить обособленно от других участников экономических отношений в связи с экономической природой банка как финансового посредника, предоставляющего услуги по эффективному продвижению денежных потоков своих клиентов. Формирование рыночных отношений и мобильность хозяйствующих субъектов экономики, являющихся клиентами коммерческих банков, привели к возникновению конкурентной борьбы между банковскими учреждениями. Она, в свою очередь, выступает в качестве движущей силы, направляющей преобразования функционирования кредитных учреждений по пути максимального удовлетворения разнообразных финансовых потребностей клиентов.

Конкурентная борьба на рынке банковских услуг связана с деятельностью по сохранению существующей клиентской базы и привлечению новых клиентов. Решение вопросов повышения конкурентоспособности заставляет банки обратить внимание на необходимость формирования клиентской политики, которая позволила бы регулировать, управлять и рационально организовывать взаимоотношения между коммерческим банком и корпоративным клиентом по поводу банковского обслуживания. Отправной точкой для разработки и применения клиентской политики могут послужить отношения, которые возникают в ходе осуществления банком расчетно-кассового обслуживания клиента и конституируют само понятие банка. Использование клиентской политики в деятельности банка неизбежно приведет к выработке новых принципов и изменению самой системы организации оказания банком услуг, в частности по расчетно-кассовому обслуживанию.

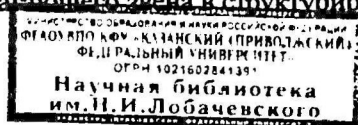
Адаптация работы банка к экономическим потребностям корпоративного клиента в рамках клиентской политики вызывает необходимость осмысления этих потребностей через изучение каждого клиента, изучение их влияния на финансовое положение банка. В настоящее время российские ученые занимаются разработкой методов анализа клиентской базы, применение которых можно распространить на различные формы взаимоотношений банка с клиентом. Однако многие теоретические и методологические вопросы анализа клиентов банка нуждаются в проработке и дальнейшем развитии. Особо актуальной проблемой для коммерческого банка является выделение приоритетных клиентов и формирование из них обособленных групп по принципу значимости в целях ориентации на их потребности при последующей разработке и адаптации форм и методов обслуживания. Современная практика анализа клиентов банка свидетельствует о том, что в рамках существующих методик нет таких, которые бы позволяли с минимальными затратами своевременно оценить значимость клиента для банка по всем параметрам, отражающим клиентскую политику банка. Вместе с тем цель банка – обеспечение прибыльности и эффективности бизнеса с корпоративными клиентами, создание такой структуры клиентской базы, которая обеспечила бы рентабельность обслуживания каждого клиента и бизнеса банка в целом.

Целью диссертационного исследования является разработка теории и практики клиентской политики и унифицированной методики оценки привлекательности корпоративного клиента коммерческого банка, в том числе с государственным участием, на стадии расчетно-кассового обслуживания как основы формирования клиентской политики в условиях конкуренции на рынке банковских услуг.

Исходя из целевой установки определены основные задачи исследования:

оценить в ретроспективе сущность и функции коммерческого банка, систематизировать и изучить взгляды ученых на содержание дефиниций «банковский продукт» и «банковская услуга» с целью определения их роли в системе функционирования коммерческого банка в условиях возрастания межбанковской конкуренции;

исследовать и обосновать значимость расчетно-кассового обслуживания как основополагающего звена в структурировании



нии клиентской базы и постоянного источника доходов коммерческого банка для построения клиентской политики;

рассмотреть взаимоотношения корпоративного клиента и коммерческого банка на основе соблюдения паритета их экономических интересов для обоснования принципов организации расчетно-кассового обслуживания как составляющей клиентской политики;

систематизировать применяемые методы оценки привлекательности корпоративного клиента банка в преломлении к банку с государственным участием в целях определения интегрированных показателей значимости клиента на стадии расчетно-кассового обслуживания;

разработать и апробировать методику оценки корпоративного клиента банка как основы формирования клиентской политики.

Предметом диссертационного исследования являются взаимоотношения коммерческого банка и его корпоративных клиентов, рассмотренные с позиции влияния последних на повышение конкурентоспособности банка.

В качестве **объекта исследования** выступает деятельность коммерческих банков, в том числе с государственным участием, в сфере расчетно-кассового обслуживания.

Методологической и информационной основой исследования послужили труды российских и зарубежных экономистов: монографии, периодическая литература по исследуемой тематике, материалы научных и научно-практических конференций.

Вопросы теории функционирования коммерческих банков в рыночных отношениях, их конкурентоспособности и оценки привлекательности корпоративных клиентов для банка освещены в работах таких ученых, как С. В. Ануреев, А. М. Бабич, Н. И. Быкова, О. Б. Веретенникова, Д. В. Гайдунько, Я. А. Гейвандов, Е. Б. Герасимова, Ю. В. Головин, И. Ф. Готовчиков, В. П. Иваницкий, А. Ю. Казак, В. И. Колесников, Л. П. Кроливецкая, Г. Г. Коробова, Ю. И. Коробов, О. И. Лаврушин, М. Х. Лапидус, М. С. Марамыгин, Ю. С. Маслаченков, Ю. Г. МаксUTOва, Л. П. Павлова, В. А. Перехожев, Т. В. Решетникова, А. В. Романов, В. И. Самаруха, А. М. Тавасиев, В. М. Усоскин, Э. А. Уткин и др.

В зарубежной литературе данные вопросы нашли отражение в трудах К. Л. Боуви, Э. Гилла, Э. Дж. Долана, Р. К. Коттера, Д. Кэмпбелла, Р. Дж. Кэмпбелла, М. Х. Мескона, Д. Дж. Речмена, Э. Рида, П. Самуэльсона, Сильви де Куссерга, Дж. Синкли м.л., Р. Смита, Дж. В. Тилла и др.

Информационная база исследования включает в себя законодательные и нормативные акты Российской Федерации, Федеральной службы государственной статистики, Банка России, данные из периодических изданий, финансовую отчетность исследуемых субъектов Уральского региона, материалы по организации оценки клиентов Сберегательного банка России.

Методы исследования. В процессе диссертационного исследования автором применены различные методические подходы и способы исследования, включая системный, комплексный, факторный, причинно-следственный и сравнительно-аналитический подходы, позволяющие рассматривать каждую проблему во взаимосвязи с экономической средой и выявлять ее причины и возможные последствия, а также традиционные приемы экономического анализа – наблюдение, группировка, обобщение, сравнение, учет взаимосвязей; использованы методы анализа и синтеза, системного подхода к объекту исследования, группировки и сравнения, экспертных оценок и др. Для обработки информации в работе использовались логические, статистические, графические и экономико-математические методы.

Научная новизна диссертационного исследования состоит в постановке и решении задачи комплексной оценки значимости корпоративных клиентов банка с позиции расчетно-кассового обслуживания. В результате исследования получены следующие теоретические и методологические результаты, содержащие научную новизну.

1. Дано и обосновано авторское определение понятий «банковский продукт» и «банковская услуга», в результате чего уточнена сущность деятельности коммерческого банка в условиях возрастания конкуренции на рынке банковских услуг.

2. Уточнены роль и место расчетно-кассового обслуживания в деятельности коммерческого банка как базы для выработки комплексной клиентской политики.

3. Разработаны принципы организации расчетно-кассового обслуживания как составляющей клиентской политики в целях учета паритета экономических интересов коммерческого банка и корпоративного клиента.

4. Проведена оценка эффективности расчетно-кассового обслуживания в формировании доходов с целью отбора критериев привлекательности корпоративного клиента для коммерческого банка, в том числе с государственным участием.

5. Разработана и апробирована авторская методика оценки корпоративного клиента по критериям значимости для коммерческого банка в интересах формирования комплексной клиентской политики.

Практическая значимость диссертационного исследования заключается в возможности использования разработанного автором метода определения значимости клиента для банка специалистами подразделений, связанных с обслуживанием клиентов, что позволит повысить качество организации исследования корпоративных клиентов. Кроме того, материалы диссертационного исследования могут быть использованы в учебном процессе при чтении курсов «Корпоративные финансы» и «Финансы предприятий».

Апробация результатов диссертационного исследования. Полученные в процессе диссертационного исследования выводы и рекомендации докладывались и прошли обсуждение на всероссийских, региональных и межвузовских конференциях в 2001–2008 гг. в Екатеринбурге, Нижнем Тагиле и др.

Публикации. По теме диссертации опубликовано 18 научных работ общим объемом 2,88 п. л., в том числе 1 статья в издании, рекомендованном экспертным советом ВАК РФ.

Объем и структура работы. Структура диссертации отражает последовательность, логику и этапы решения поставленных задач и целей. Работа состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка и приложений, содержит 36 таблиц, 6 рисунков. Библиографический список включает 180 наименований.

Во введении обоснована актуальность выбранной темы исследования, показана ее теоретическая, методологическая и практическая значимость; дана характеристика степени разра-

ботанности проблемы; определены объект, предмет, цель и задачи исследования; раскрыта научная новизна и достигнутые результаты работы, представлена информация об апробировании результатов исследования.

В первой главе «Сущность и принципы организации системы расчетно-кассового обслуживания корпоративных клиентов» рассматриваются теоретические подходы к предмету деятельности банка, связанные с ним понятия и операции банка, выражающие сущность функционирования коммерческого банка в качестве участника рыночных отношений, основой которого является выполнение потребностей хозяйствующих субъектов в банковских услугах. Особое внимание уделяется особенностям деятельности банков с государственным участием. Подробно рассматривается взаимосвязь расчетно-кассового обслуживания корпоративных клиентов и клиентской политики банка.

Во второй главе «Оценка эффективности организации расчетно-кассового обслуживания корпоративных клиентов коммерческого банка с государственным участием» на примере Уральского банка Сбербанка России и Сберегательного банка России в целом определяется место услуг по расчетно-кассовому обслуживанию юридических лиц в комплексе банковских услуг, проводится анализ значения доходов от расчетно-кассового обслуживания в общей структуре доходов банка. Прослеживается процесс развития оценки значимости клиентов и анализируется ее современное состояние.

В третьей главе «Формирование эффективной клиентской политики банка на основе оценки привлекательности корпоративных клиентов в сфере расчетно-кассового обслуживания», исходя из анализа методик и практики изучения и деления корпоративных клиентов банка на группы значимости, разрабатывается система критериев значимости и предлагается методика, основанная на использовании этих критериев на базе интегрированных показателей.

В заключении приводятся основные выводы и рекомендации выполненного диссертационного исследования, обобщены предложения автора.

В приложениях представлены вспомогательные материалы, иллюстрирующие отдельные положения диссертационной работы.

Основные положения диссертационного исследования, выносимые на защиту

1. Дано и обосновано авторское определение понятий «банковский продукт» и «банковская услуга», в результате чего уточнена сущность деятельности коммерческого банка в условиях возрастания конкуренции на рынке банковских услуг.

Коммерческий банк представляет собой элемент банковской системы, фундаментальной особенностью которой является рыночная природа. Банк, выполняющий свои основные функции посредством проведения операций, – основное и главное звено финансового рынка, несущее основную нагрузку по обеспечению финансово-кредитной стороны общественного воспроизводства. Выступая в роли полноценного субъекта рыночных отношений и неся экономическую ответственность за результаты своей деятельности, банк вынужден соотносить свою работу с потребностями рынка. Для определения эффективности деятельности банка как финансового посредника большую роль играет конкретизация предмета деятельности банка через определение понятий «банковская услуга» и «банковский продукт», являющихся основой функционирования банка как финансового посредника и выступающих в качестве средств удовлетворения финансовых потребностей корпоративных клиентов банка.

Хозяйствующий субъект, вступающий в рыночные экономические отношения с банком, стремится удовлетворить свои финансовые потребности, такие как увеличение размера ресурсов, получение дополнительных ресурсов, проведение расчетов и платежей, хранение денежных средств и ценностей, получение информации, консультаций и содействия. Удовлетворение данных потребностей хозяйствующих субъектов представляет собой не что иное, как содержание «банковской услуги». Клиент банка при этом выступает в качестве покупателя.

С этих позиций автор определяет *банковскую услугу как деятельность банка по выполнению своих основных экономических функций с целью получения прибыли, направленную на*

удовлетворение потребностей клиентов – участников экономических отношений в приращении ресурсов, получении дополнительных ресурсов, проведении расчетов, хранении и информационном обеспечении.

Коммерческий банк и клиент выступают участниками экономических отношений. Банковская услуга является предметом отношений между банком и клиентом. Действия сторон в этих экономических отношениях – это банковская операция. Последовательность или порядок совершения банковских операций – это банковская технология. Система отношений между банком и клиентом, т.е. упорядоченная совокупность прав и обязанностей субъектов экономических отношений, является банковским продуктом (рисунок 1).

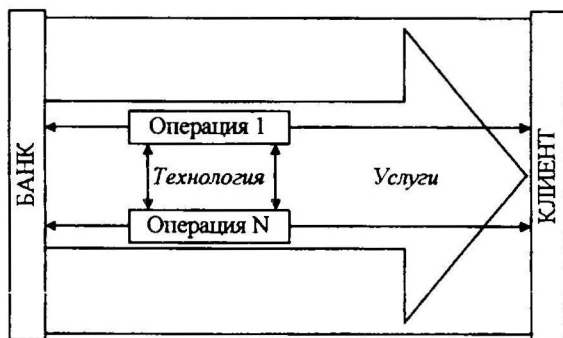


Рисунок 1 – Отношения «клиент – банк» по поводу оказания услуг

На основании сказанного выше и исходя из четкой направленности отношений, представляющих собой сущность банковского продукта, автор определяет *банковский продукт как систему отношений между банком и клиентом по поводу оказания банковских услуг на основе проведения банковских операций с использованием определенных банковских технологий, направленную на удовлетворение потребностей клиента как участника экономических отношений.*

2. Уточнены роль и место расчетно-кассового обслуживания в деятельности коммерческого банка как базы для выработки комплексной клиентской политики.

Усиление позиций в конкурентной борьбе банков на рынке банковских услуг зависит от устойчивости взаимоотношений с корпоративными клиентами. Базой для установления и формирования таких взаимоотношений должна служить клиентская политика. Она должна быть распространена на все отношения, возникающие у банка с корпоративным клиентом по поводу оказания банковских услуг, в том числе по расчетно-кассовому обслуживанию. Работа коммерческого банка в рамках сформулированной клиентской политики может являться действенным методом привлечения и установления устойчивых долгосрочных отношений с корпоративным клиентом и одновременно фактором повышения конкурентоспособности банка.

Автор определяет клиентскую политику банка как основные направления деятельности банка по привлечению, обслуживанию, удержанию клиентов, практические методы по реализации и систему оценки эффективности такой деятельности, направленные на получение максимальной прибыли банком от операций с клиентом с учетом минимизации рисков.

В ходе диссертационной работы выделены следующие основные факторы, обуславливающие необходимость разработки клиентской политики для организации расчетно-кассового обслуживания корпоративных клиентов.

1. *Осуществление расчетно-кассового обслуживания всеми банками в рамках универсального статуса.* Проведение операций по расчетно-кассовому обслуживанию представляет собой реализацию основных функций банков в экономике, являющихся проявлением сущности банка.

2. *Охват операциями по расчетно-кассовому обслуживанию наибольшего количества клиентов банка.* Это связано с наличием у всех хозяйствующих субъектов необходимости в проведении платежей с использованием инфраструктуры и платежных инструментов банковской системы.

3. *Проведение операций по расчетно-кассовому обслуживанию на постоянной основе.* То есть многократность (повторяемость) операций выражает необходимость хозяйствующих субъектов в осуществлении своей деятельности на постоянной и непрерывной основе.

4. *Участие доходов от расчетно-кассового обслуживания в формировании доходов банка.* Возрастание интереса к этому виду доходов банка продиктовано рядом причин, среди которых стабильность получения доходов, неподверженность резким колебаниям, наличие тенденции к возрастанию при росте экономики и увеличение удельного веса этих доходов в случаях кризисных проявлений в экономике и снижение возможностей банка осуществлять более доходные операции, например кредитование, что способствует минимизации рисков банка.

5. *Существенная роль расчетно-кассового обслуживания в формировании базы привлеченных средств банка.*

6. *Возможность использования расчетно-кассового обслуживания в качестве базы для углубления сотрудничества с клиентами за счет других операций и расширения продуктового ряда.* Размеры клиентской базы банка, использующей расчетно-кассовое обслуживание, позволяют на базе изучения клиентов предлагать другие продукты, услуги или операции банка, такие как депозиты, кредитование и др. Расчетно-кассовое обслуживание может выступать основой для разработки новых продуктов банка массового использования.

7. *Достаточно высокий уровень конкуренции среди банков в сфере расчетно-кассового обслуживания в совокупности с мобильностью клиентской базы.* Наличие конкуренции на рынке расчетно-кассового обслуживания обуславливается рядом причин: достаточной стабильностью самого рынка; наличием предложений по расчетно-кассовому обслуживанию со стороны практически всех банков как проявление наиболее характерной сферы их деятельности в рамках универсального статуса; отсутствием конкуренции для банков со стороны других предприятий и, что наиболее важно, постоянным увеличением предложений на рынке в связи с повышенным вниманием к расчетно-кассовому обслуживанию как источнику доходов.

3. **Разработаны принципы организации расчетно-кассового обслуживания как составляющей клиентской политики в целях учета паритета экономических интересов коммерческого банка и корпоративного клиента.**

Основными критериями выбора корпоративным клиентом коммерческого банка являются: максимальная сохранность де-

нежных средств, свобода и оперативность в возможности использования собственных денежных средств, возможность получения комплексного обслуживания, минимизация затрат на банковское обслуживание, индивидуальный подход в обслуживании и установлении тарифов. Опираясь на это, а также основываясь на известных принципах банковской деятельности, к которым отнесены ориентация на запросы клиента и взаимная заинтересованность банка и клиента, автором сформулированы принципы организации расчетно-кассового обслуживания как части клиентской политики банка (рисунок 2).

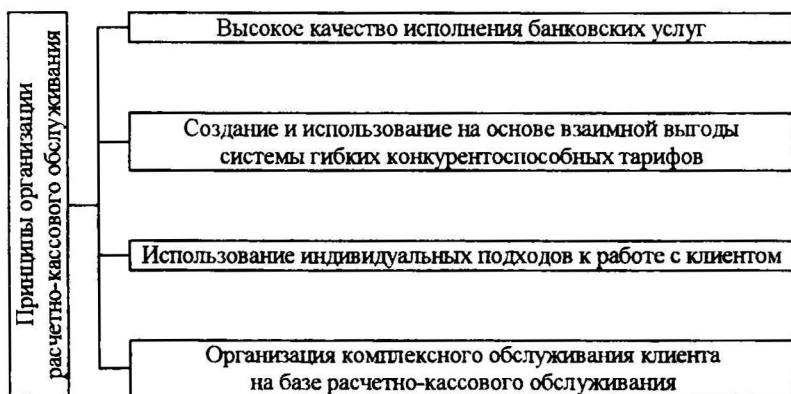


Рисунок 2 – Принципы организации расчетно-кассового обслуживания корпоративных клиентов для построения клиентской политики банка

1. Высокое качество исполнения основных банковских операций – одно из основных конкурентных преимуществ коммерческих банков, что особенно важно в условиях универсализации банковских учреждений.

2. Создание и использование на основе взаимной выгоды системы гибких конкурентоспособных тарифов. Это положение является выражением критерия минимизации затрат на банковское обслуживание при сотрудничестве с банком.

3. Использование индивидуальных подходов к работе с клиентами. Применение принципа позволит максимально облегчить и упростить процесс выбора и использования всего комплекса

банковских услуг клиентом с целью удовлетворения его потребностей в банковском обслуживании.

4. Организация комплексного обслуживания клиента на базе расчетно-кассового обслуживания. Цель применения этого принципа – организация банком обслуживания денежных потоков клиента в виде замкнутого цикла для управления этими потоками в интересах клиента на основе возможностей, которые предоставляют банковские продукты и услуги.

Сотрудничество банка и корпоративного клиента, организованное с учетом удовлетворения потребностей клиента и построенное на основе приведенных принципов, позволяет соблюсти паритет их экономических интересов за счет получения положительного эффекта как для банка, так и для клиента (таблица 1).

Таблица 1 – Эффект от обслуживания корпоративных клиентов в коммерческом банке с учетом паритета их экономических отношений

Для клиента	Для банка
Удовлетворение основных финансовых потребностей.	Структурирование ресурсной базы банка.
Увеличение дохода по финансовым инструментам банка и рынка.	Увеличение объема получаемых комиссий за счет продвижения существующих продуктов и расширения продуктового ряда.
Увеличение доходности за счет изменения оборачиваемости денежных средств.	Формирование заданной структуры привлеченных заемных средств.
Оптимизация денежных потоков и оборотного капитала	Повышение эффективности использования финансовых ресурсов.
	Привлечение и удержание денежных потоков клиента за счет использования большего количества финансовых инструментов банка и рынка.
	Увеличение процентных доходов за счет оптимизированной структуры финансовых потоков.
	Диверсификация рисков

4. Проведена оценка эффективности расчетно-кассового обслуживания в формировании доходов с целью отбора критериев привлекательности корпоративного клиента для

коммерческого банка, в том числе с государственным участием.

До недавнего времени расчетно-кассовое обслуживание юридических лиц было недооценено как существенный источник дохода для банка. Это привело, по мнению автора, к значительному отставанию методической базы по оценке корпоративных клиентов банка, находящихся на расчетно-кассовом обслуживании.

Задачей изучения клиентов является выделение из клиентской базы отдельных групп клиентов, наиболее значимых для коммерческого банка. Объединение в эти группы производится на основании ряда показателей значимости. Набор показателей не является стандартным, а носит индивидуальный характер и зависит от ориентированности каждого отдельного коммерческого банка на решение конкретных задач. Роль показателей, как и их набор, может трансформироваться в ходе изменения политики банка с течением времени.

Авторская группировка на основании сущностных характеристик дала возможность выделения укрупненных признаков или критериев значимости клиента. К основным критериям, описывающим клиента и его взаимоотношения с банком, отнесены:

организационно-управленческая структура предприятия – характеризует корпоративного клиента как официально зарегистрированное юридическое лицо, имеющее определенную организационно-правовую структуру и особенности организации управления;

влияние на финансово-экономическое состояние банка – оценивает вклад корпоративного клиента в формирование ресурсной базы и/или кредитного портфеля и доходы коммерческого банка;

устойчивость финансового положения – характеризует непосредственно экономическое состояние предприятия через показатели его финансово-хозяйственной активности и через маркетинговую информацию, отражающую деятельность предприятия на отраслевом рынке;

общественная значимость предприятия – учитывает значимость отрасли экономики, к которой относится предприятие,

и его величины для экономики населенного пункта, региона или страны в целом, а также его вклад в обеспечение формирования доходов и занятости населения;

уровень сотрудничества клиента с банком – представляет маркетинговый аспект взаимоотношений банка с клиентом и характеризует ориентированность клиента на сотрудничество с банком, его активность в потреблении банковских продуктов и услуг, а также стабильность его работы.

Проведенная систематизация показателей и выделение на их основе критериев значимости, позволяет автору определить клиента, значимого для банка (или VIP-клиента), как официально зарегистрированное юридическое лицо, его филиал или представительство, имеющее прозрачную организационно-правовую структуру, оказывающее существенное влияние на финансово-экономические показатели банка путем внесения вклада в формирование ресурсной базы и/или кредитного портфеля, имеющее устойчивое финансово-экономическое положение, существенное общественное значение, активно сотрудничающее с банком.

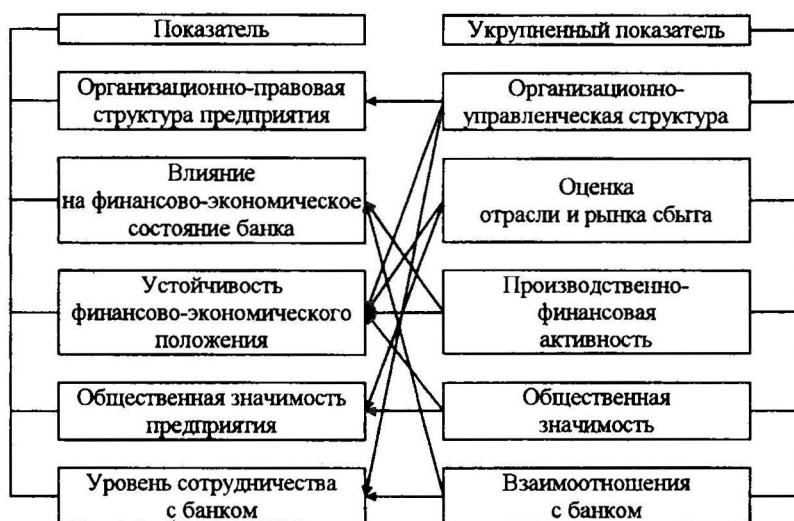


Рисунок 3 – Соотношение основных признаков и критериев значимости клиента для банка

Выделение на основании признаков значимости клиента укрупненных показателей значимости, служащих для конкретизации и формализации выражения признаков, позволяет создать базу для создания методики ранжирования клиентов. К этим критериям относятся: организационно-управленческая структура предприятия-клиента, общественная значимость, оценка отрасли и рынка сбыта, производственно-финансовая активность, взаимоотношений банка и клиента. Отдельные показатели значимости, входящие в состав укрупненных показателей, могут опосредованно выражать несколько основных признаков значимости (рисунок 3).

5. Разработана и апробирована авторская методика оценки корпоративного клиента по критериям значимости для коммерческого банка в интересах формирования комплексной клиентской политики.

Целью эффективной клиентской политики любого коммерческого банка является получение максимальной прибыли от операций с клиентами. Основными задачами, решаемыми в ходе реализации клиентской политики, становятся привлечение, обслуживание и удержание корпоративных клиентов банком. Существенным фактором, воздействующим на работу банка и формирование клиентской политики, выступают клиенты банка и их потребности. В связи с этим необходимо проводить всестороннее изучение этих потребностей. Такое исследование может быть выполнено в рамках тактической основы клиентской политики, которая должна заключаться в изучении клиентов с делением их на группы и выделением приоритетных групп, обслуживание которых наиболее выгодно для банка.

Методика деления клиентов по группам значимости базируется на введенном автором ключевом понятии «клиент, значимый для банка», сформулированных ранее признаках значимости клиента, а также на выделенных автором укрупненных показателях значимости, служащих для конкретизации и формализации выражения признаков.

Авторская методика деления клиентов по группам значимости для банка нацелена на наиболее полную комплексную характеристику важнейших аспектов деятельности хозяйствующих

субъектов и его взаимодействия с коммерческим банком как корпоративного клиента конкретного кредитного учреждения.

В качестве базовой точки взаимодействия клиента с коммерческим банком приняты отношения, возникающие по поводу предоставления банком услуг по расчетно-кассовому обслуживанию корпоративных клиентов, чем достигается изучение максимального количества клиентов.

При построении методики в качестве объекта исследования выступали интегрированные и неинтегрированные предприятия различной организационно-правовой структуры, масштаба деятельности, отраслевой и региональной принадлежности, являющиеся корпоративными клиентами Сберегательного банка России.

Предлагаемая методика позволяет перевести качественную оценку значимости клиента коммерческого банка в количественные параметры с дальнейшим расчетом комплексного показателя – значимости клиента.

Авторская методика деления клиентов банка по группам значимости состоит из следующих элементов: совокупность укрупненных показателей оценки значимости клиента и их весовые коэффициенты, используемые для расчета обобщенного показателя; набор показателей, составляющих укрупненные, и их весовые коэффициенты; вербальные оценки значений показателей значимости и их количественная оценка в баллах.

Непосредственное использование методики предполагает применение следующего механизма.

I этап – подготовительный.

1. Определение подразделений коммерческого банка, выполняющих оценку.

2. Уточнение элементов методики в зависимости от приоритетов клиентской политики банка и сложившейся практики.

II этап – сбор и обобщение исходных данных по клиенту в разрезе показателей методики с использованием описательной информации.

III этап – расчет балльной оценки клиента в соответствии с предлагаемой схемой.

1. Оценка значения показателя в баллах.

2. Определение итоговых значений показателей (путем умножения значения показателя на его весовой коэффициент).

3. Расчет итоговых значений групп (путем суммирования итоговых показателей, входящих в состав каждой группы).

4. Определение итоговой оценки значения клиента (исходя из суммирования итоговых значений групп, скорректированных в соответствии с их весовыми коэффициентами).

IV этап – определение категории значимости клиента и, соответственно, его принадлежности к группе в зависимости от его итоговой оценки.

Методика предполагает несколько групп клиентов в зависимости от величины значения его итоговой оценки (таблица 2).

Таблица 2 – Разбивка клиентов на группы значимости

Итоговая оценка значимости, баллы	Группа значимости	Оценка
Свыше 70	Значимый клиент	Очень высокое значение
от 50 до 70	Стратегический партнер	Высокое значение, наличие перспектив развития сотрудничества
от 30 до 50	Перспективный партнер	Среднее значение, наличие перспектив расширения сотрудничества и развития предприятия
Менее 30	Бизнес-партнер	Небольшое значение

Основные положения диссертационного исследования опубликованы в следующих работах

Статьи в изданиях, рекомендованных экспертным советом ВАК РФ

1. Решетникова, Т. В. Взаимоотношения корпоративных клиентов и коммерческих банков на конкурентном рынке финансовых услуг / Т. В. Решетникова, А. И. Серебренникова // Известия Уральского государственного экономического университета. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2007. № 1(17). – 0,6/0,3 п. л.

Статьи и материалы в прочих изданиях

2. Решетникова, Т. В. Выбор банка корпоративными структурами / Т. В. Решетникова, А. И. Серебренникова // Ценные бумаги, корпоративные финансы и инвестиции: сборник научных трудов / под ред. В. П. Иваницкого, Т. В. Решетниковой. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2007. Вып. 4. – 0,28/0,14 п. л.

3. Серебренникова, А. И. Анализ клиентской базы как элемент финансовой политики банка / А. И. Серебренникова // Ценные бумаги, корпоративные финансы и инвестиции: сборник научных трудов / под ред. В. П. Иваницкого, Т. В. Решетниковой. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2007. Вып. 4. – 0,28 п. л.

4. Серебренникова, А. И. Оценка привлекательности клиента для банка / А. И. Серебренникова // Ценные бумаги, корпоративные финансы и инвестиции: сборник научных трудов / под ред. В. П. Иваницкого. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2002. – 0,44 п. л.

5. Серебренникова, А. И. Множественность расчетных счетов корпоративных клиентов банка и проблемы их обслуживания / А. И. Серебренникова // Ценные бумаги, корпоративные финансы и инвестиции: сборник научных трудов / под ред. В. П. Иваницкого, Т. В. Решетниковой. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2003. Вып. 3. – 0,31 п. л.

6. *Серебренникова, А. И.* О соотношении корпоративных интересов банка и клиента с контрольными функциями кредитного учреждения / А. И. Серебренникова, А. И. Решетников // Ценные бумаги, корпоративные финансы и инвестиции: сборник научных трудов / под ред. В. П. Иваницкого, Т. В. Решетниковой. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2003. Вып. 3. – 0,74/0,37 п. л.

7. *Серебренникова, А. И.* Залог как форма страхования рисков не возврата кредита: взаимоотношения банка и клиента / А. И. Серебренникова // Страхование в условиях формирования рыночных отношений: тезисы IV Всероссийской научно-практической конференции: в 2 ч. Екатеринбург: Изд-во «АМБ», 2001. Ч. 1. – 0,1 п. л.

8. *Серебренникова, А. И.* О влиянии законодательства на взаимоотношения банка и клиента / А. И. Серебренникова, А. И. Решетников // Конкурентоспособность территорий и предприятий – стратегия экономического развития страны: тезисы V Всероссийского форума молодых ученых и студентов: в 2 ч. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2002. Ч. 2. – 0,1/0,05 п. л.

9. *Серебренникова, А. И.* Влияние новых видов услуг на конкурентоспособность банка / А. И. Серебренникова // Конкурентоспособность территорий и предприятий – стратегия экономического развития страны: тезисы V Всероссийского форума молодых ученых и студентов: в 2 ч. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2002. Ч. 2. – 0,1 п. л.

10. *Решетников, А. И.* Множественность счетов как механизм страхования корпоративных клиентов / А. И. Решетников, Т. В. Решетникова, А. И. Серебренникова / Страхование в условиях формирования рыночных отношений: материалы V Всероссийской научно-практической конференции: в 2 ч. Екатеринбург: Изд-во «АМБ», 2002. Ч. 1. – 0,13/0,04 п. л.

11. *Серебренникова, А. И.* Страхование ответственности работников банка / А. И. Серебренникова // Страхование в условиях формирования рыночных отношений: материалы V Всероссийской научно-практической конференции: в 2 ч. Екатеринбург: Изд-во «АМБ», 2002. Ч. 1. – 0,1 п. л.

12. *Решетникова, Т. В.* Комплексное обслуживание клиента как фактор повышения конкурентоспособности банка / Т. В. Решетникова, А. И. Серебренникова // Конкурентоспособность территорий и предприятий во взаимозависимом мире: материалы VII Всероссийского форума молодых ученых и студентов: в 4 ч. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2004. Ч. 2. – 0,1/0,05 п. л.

13. *Серебренникова, А. И.* Коммерческий банк с государственным участием как часть банковской системы / А. И. Серебренникова // Конкурентоспособность территорий и предприятий во взаимозависимом мире: материалы VIII Всероссийского форума молодых ученых и студентов: в 4 ч. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2005. Ч. 2. – 0, 1 п. л.

14. *Решетникова, Т. В.* Корпоративный финансовый менеджмент клиента как условие конкурентоспособности банка / Т. В. Решетникова, А. И. Серебренникова // Конкурентоспособность территорий и предприятий во взаимозависимом мире: материалы VII Всероссийского форума молодых ученых и студентов: в 4 ч. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2004. Ч. 2. – 0,1/0,05 п. л.

15. *Решетникова, Т. В.* Специфические особенности деятельности коммерческого банка с государственным участием / Т. В. Решетникова, А. И. Серебренникова // Профессионал XXI века: проблемы и пути становления в условиях непрерывного образования: материалы Всероссийской научно-практической конференции. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2006. – 0,3/0,15 п. л.

16. *Серебренникова, А. И.* Об единстве финансовых интересов банка и клиента / А. И. Серебренникова // Профессионал XXI века: проблемы и пути становления в условиях непрерывного образования: материалы Всероссийской научно-практической конференции. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2006. – 0,3/0,15 п. л.

17. *Серебренникова, А. И.* Изучение и структурирование клиентской базы банка как условие построения политики банка / А. И. Серебренникова // Конкурентоспособность территорий и предприятий в формирующейся новой экономике: материалы

XI Всероссийского форума молодых ученых и студентов: в 4 ч. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2008. Ч. 3. – 0,1 п. л.

18. *Серебренникова, А. И.* Государственное регулирование коммерческих банков / А. И. Серебренникова, М. В. Дериболот // Конкурентоспособность территорий и предприятий в формирующейся новой экономике: материалы XI Всероссийского форума молодых ученых и студентов: в 4 ч. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2008. Ч. 3. – 0,1/0,05 п.л.

Подписано в печать 12.11.2008.

Формат бумаги 60 × 84 ¹/₁₆. Бумага для множительных аппаратов. Гарнитура «Таймс»

Печать плоская. Усл. печ. л. 1,4. Печ. л. 1,5.

Заказ 1016 Тираж 120 экз.

Отпечатано с готового оригинал-макета
в подразделении оперативной полиграфии

Уральского государственного экономического университета
620144, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной воли, 62/45

